

# Allgäu Holz – von hier für uns

Dritter Allgäuer Holztag des Holzforum Allgäu im Kornhaus Kempten. Viele Vertreter aus Politik und Wirtschaft.



Allgäuer Holztag in Kempten (v.l.): Martin Bentele, Andreas Täger, Xaver Haas, Richard Forster, Stefan Holzer, Markus Brunner, Landrat Anton Klotz, Peter Fickler, MdL Angelika Schorer, Hugo Wirtensohn, Oberbürgermeister Thomas Kiechle und Europaabgeordnete Ulrike Müller. Foto: Holzforum

Die Wald- und Holzbranche ist ein immer wichtiger werdender Wirtschaftsfaktor, vor allem für die anstehenden Veränderungen und Anpassungen an den laufenden Klimawandel. Über regionale Holzverarbeitung mit Wertschöpfung sowie die Marke innerhalb dieses Systems referierte Geschäftsführer Andreas Täger von »AllgäuHolz«. Die Idee des Herkunftsnachweises entstand bereits vor 17 Jahren, doch erst 2017 ist es endlich gelungen das Konzept umzusetzen. Das lag laut Täger vor allem daran, weil die Beteiligten »mit der Idee AllgäuHolz der Zeit einfach voraus« waren. Doch nun steht die Marke für das Allgäu, seine Wertschöpfungskette Holz, seine Wirtschaftskraft und für naturnahe Waldbewirtschaftung.

»Egal ob beim Hausbau, der Einrichtung oder im täglichen Leben außerhalb der eigenen vier Wände, Holz umgibt uns überall. Es ist wichtig auf seine Herkunft zu achten« betonte Täger. Von der bevorzugten Verwendung von regionalem Holz profitieren

der Tourismus, die Wirtschaft, die Gewerbesteuereinnahmen der Gemeinden, die Lebensqualität der Bevölkerung, die Kommunen als Lebensmittelpunkt der Bewohner und auch der Endverbraucher.

## Aus der Schweiz

Dass dies funktioniert, zeigte Markus Brunner, Direktor »WaldSchweiz«, in seinem Vortrag »Nationale und regionale Herkunftszeichen für Holz: Umsetzung, Chancen und Grenzen – Erfahrungen aus der Schweiz« auf. Das Herkunftszeichen Schweizer Holz ist mittlerweile fest etabliert. Es wird in allen Bereichen der Holzverarbeitung eingesetzt und ist nicht teurer als nicht-regionales Holz. Sein Erfolg hängt jedoch vom Einsatz der Betriebe ab. Während die Waldwirtschaft und die Holzindustrie sich von Beginn an stark beteiligten, brauchte es in anderen Bereichen etwas mehr Überzeugungsarbeit. Zudem ist stetige Aufklärung und Information ein wichtiger Punkt. Deshalb laufen in der Schweiz regelmäßige Kampagnen um die Mar-

ke zu bewerben. Dies funktioniert sehr gut für die landesweite Dachmarke. Die Chance von Regionalmarken sieht Brunner eher bei der Vermarktung von Spezialitäten und besonderen Hölzern sowie der exakten Herkunftsbestimmung. Etwas, das mit AllgäuHolz geboten wird.

## Multiplikatoren

»Bei den Sägern gibt es ein gewaltiges Potenzial«, so Peter Fickler, Sprecher der Allgäuer Sägerrunde, während des anschließenden Experteninterviews. Er steht hinter der Marke, sieht aber noch einen langen Weg vor sich. Stefan Holzer, Obermeister der Schreinerinnung Oberallgäu, erhofft sich von der Marke vor allem eine bessere Verfügbarkeit von speziellen Hölzern. Gleichzeitig sieht er die Schreiner in der Pflicht, den Herkunftsnachweis anzubieten. Bei der Verbreitung sind sie ein wichtiger Multiplikator in der Wertschöpfungskette. Für Zimmermeister Richard Forster punktet die Marke vor allem mit der kurzen Beschaffungskette. Hierauf legen Allgäuer Zimmerer bereits jetzt großen Wert, weshalb er dieses Argument als das schlagkräftigste für seine Branche ansieht. Trotzdem sei bei vielen Kunden noch immer der Preis und nicht die Qualität oder andere Vorteile ausschlaggebend. Das hält Forster für ein großes Problem. Regionales Holz darf nicht teurer sein als Holz aus dem Ausland.

Auch Martin Bentele, Sprecher von proHolz Bayern, ist der Meinung: »Wenn es wo funktioniert, dann im Allgäu.« Als landesweiter Vertreter hat für ihn allerdings die Verbreitung eines gemeinsamen Dachlabels Priorität. pm

Die führende  
Landwirtschafts-  
zeitung im Allgäu

